



Centro Universitário de Brasília

FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

LINHA DE PESQUISA: EMPREENDEDORISMO

ÁREA: GESTÃO EMPRESARIAL

LARISSA VALVERDE MELLO

RA: 21200458

**A TEORIA DE MASLOW, AS MOTIVAÇÕES E AS DIFICULDADES DOS JOVENS
EMPREENDEDORES DO DISTRITO FEDERAL**

Brasília
2015

LARISSA VALVERDE MELLO

A TEORIA DE MASLOW, AS MOTIVAÇÕES E AS DIFICULDADES DOS JOVENS EMPREENDEDORES DO DISTRITO FEDERAL

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Professora MSc. Erika Lisboa.

Brasília
2015

LARISSA VALVERDE MELLO

**A TEORIA DE MASLOW, AS MOTIVAÇÕES E AS DIFICULDADES DOS JOVENS
EMPREENDEDORES DO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Professora MSc. Erika Lisboa.

Brasília, 14 de maio de 2015.

Banca Examinadora

Professora MSc. Erika Lisboa
Orientadora

Prof. (a) Examinador (a)

Prof. (a) Examinador (a)

A TEORIA DE MASLOW, AS MOTIVAÇÕES E AS DIFICULDADES DOS JOVENS EMPREENDEDORES DO DISTRITO FEDERAL

Larissa Valverde Mello¹

RESUMO

O número de empreendedores no Brasil e no Centro-Oeste estão cada vez maiores, isso é percebido, pois no país a taxa de empreendedorismo está em 17,3%, enquanto que dessas pessoas 36,3% se encontram na região. Além disso, os jovens empreendedores vem representando um papel significativo na atividade empreendedora do país (38,1%). Diante dessa situação e da necessidade de se ter mais pesquisas sobre os jovens empreendedores, este artigo tem como objetivo geral identificar as motivações e as dificuldades do jovem empreendedor do Distrito Federal e como estão relacionadas à teoria das necessidades de Maslow. Os objetivos específicos são: identificar as motivações e as dificuldades do jovem empreendedor do Distrito Federal; e relacionar a teoria das necessidades de Maslow com as motivações e as dificuldades do empreendedor. Com o intuito de atingir os objetivos da pesquisa foi realizado grupo focal, por meio de uma entrevista semiestruturada para os empreendedores de empresas incubadas no Distrito Federal. Concluiu-se que as motivações dos jovens empreendedores são: oportunidade, necessidade, falta de emprego, vontade de sair da rotina, ter as suas próprias ideias e colocá-las em prática, querer um futuro onde não precise dar satisfação à ninguém, o desafio de se mostrar capaz para as pessoas e o desejo de reconhecimento e benefício para ele e para a sociedade em que vive, enquanto que as dificuldades encontradas foram: falta de conhecimento, excesso de burocracia, apoio e problema financeiro, falta de mão-de-obra e de clientes, desconhecimento do mercado, motivos pessoais e prioridades e suporte. Em relação, a teoria das necessidades, os resultados mostram segurança e auto-realização.

Palavras chave: Empreendedorismo; Motivação; Dificuldades; Maslow; Teoria das Necessidades; Jovens Empreendedores.

¹ Larissa Valverde Mello estudante do curso de Administração do UniCEUB.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está cada dia mais presente na sociedade brasileira. Esse fato fica evidente pois o Brasil apresentou, em 2013, taxa de atividade empreendedora de 17,3% sendo a segunda maior quando considerados os anos anteriores (GEM, 2014).

A sua expansão em 1990 fez com que novas empresas surgissem e transformassem a sociedade. Deve-se considerar que um dos principais objetivos do empreendedorismo é impulsionar mudanças na sociedade (ANDREASSI; TASIC, 2009).

O crescimento do empreendedorismo também pode ser observado quando analisados os dados do GEM (2014) sendo, em 2012, a região Norte aquela com a maior taxa de empreendedores contabilizando 34,2%. Em 2013, o cenário foi diferente e a região do Centro-Oeste se tornou a região com a maior taxa de atividade empreendedora (36,3%). Ao constatar-se que o Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, se torna importante que o cenário onde se localiza a capital do país, o Distrito Federal, seja estudado.

Os jovens, com particular ênfase desde os anos 90, têm aumentado seu interesse em relação ao empreendedorismo. No Brasil existem grandes exemplos e, assim como todos os empreendedores, eles têm as suas motivações e dificuldades para abrir a empresa e fazê-la crescer. Neste estudo entende-se que, tais motivações estão associadas a teoria das necessidades de Maslow. Para Maslow (apud SOBRAL; PECCI, 2008) existem cinco necessidades motivacionais: fisiológicas, segurança, sociais, estima e auto-realização. O alcance daquela de maior nível (auto-realização) só é possível quando todas as outras já tiverem sido satisfeitas.

Diante deste cenário, apresenta-se o seguinte problema: quais são as motivações e dificuldades do jovem empreendedor do Distrito Federal e como estão relacionadas à teoria das necessidades de Maslow? Para responder a esse problema definiu-se como objetivo geral identificar as motivações e as dificuldades do jovem empreendedor do Distrito Federal e como estão relacionadas à teoria das necessidades de Maslow e como objetivos específicos: identificar as motivações do jovem empreendedor do Distrito Federal; identificar as dificuldades do jovem

empreendedor do Distrito Federal; e relacionar a teoria das necessidades de Maslow com as motivações e as dificuldades do empreendedor encontradas.

As justificativas para realizar a pesquisa são de cunho acadêmico, social e pessoal. No campo acadêmico se deve a geração de conteúdo sobre o empreendedorismo que vem ganhando destaque no Brasil. Isso pode ser demonstrado pelo aumento de 2,9 milhões de novos empreendedores entre os anos de 2002 e 2012 (SEBRAE, 2014). No que se refere a justificativa pessoal, se deve ao fato da pesquisadora querer conhecer mais sobre o empreendedorismo e ao desejo de se tornar uma jovem empreendedora e do interesse de estar preparada para as dificuldades que possam vir a atrapalhar o alcance do objetivo de empreender. Por último, o campo social se deve pela importância de se conhecer as motivações, as dificuldades de empreender e disponibilizar dados para órgãos e instituições interessadas que tenham o interesse em diminuir as dificuldades e estimular as motivações dos empreendedores. Em um cenário mais amplo, o número de empreendedores e a geração de emprego e renda aumentará no Distrito Federal e, conseqüentemente, no Brasil. A importância da pesquisa pode ser percebida quando são comparados os números de jovens que empreendem entre os 18 e 34 anos. No ano de 2013 as taxas de empreendedores iniciais (38,1%) e estabelecidos (16,3%) nesta faixa etária foram maiores do que no ano de 2012 (GEM, 2014).

O presente estudo é composto pelo referencial teórico sobre o empreendedorismo, suas motivações e dificuldades, e a teoria de Maslow. Em seguida, apresenta-se a metodologia que descreve cada etapa da pesquisa de campo e os resultados devido às etapas que foram realizadas, bem como, as conclusões sobre o trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Empreendedorismo

2.1.1 Conceito

De acordo com a pesquisa GEM (2014), o empreendedorismo interfere diretamente no desenvolvimento do Brasil ao gerar benefícios e riquezas para o país. Para Dolabela (1999), o empreendedorismo é aplicado a análise das características e do espaço de trabalho do empreendedor.

De acordo com Chiavenato (2012), empreender é uma ação conjunta que envolve *stakeholders*, necessitando ser integrada e com duração estável. Enquanto isso, Dornelas (2014, p. 2) cita que “empreender é o ato de realizar sonho, transformar ideias em oportunidades e agir para concretizar objetivos, gerando valor para a sociedade.”

O empreendedorismo tem como um dos seus desdobramentos a elaboração de uma empresa de valor, onde o empreendedor deverá considerar riscos e recompensas financeiras, psicológicas e sociais para que a sua satisfação seja atingida (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

2.1.2 O Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo brasileiro teve como marco o surgimento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e, principalmente, da Sociedade Brasileira para a Exportação de Software (SOFTEX).

Para Dornelas (2014), algumas ações ajudaram a desenvolver o empreendedorismo no Brasil, entre elas estão: a criação do Empretec² e do Programa Jovem Empreendedor³, o estabelecimento da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa⁴ e o Programa Empreendedor Individual⁵, a presença mais efetiva das aceleradoras, dos fundos de investimento e das incubadoras que ajudam os micro e pequenos empresários, além do surgimento de eventos, seminários e *workshops* sobre o assunto disseminados pelo país.

De acordo com Dornelas (2014), empreender na época atual é mais fácil pela quantidade de informações, pela agilidade das mudanças e pelas oportunidades que se têm pelo mundo que são em maior número do que antigamente.

Em 2013, entre os membros do G20 que participaram do GEM, o Brasil com 17,3% é o que possui a segunda maior taxa de empreendedores iniciais (TEA), com até 3 anos e meio no mercado, perdendo apenas para a Indonésia (25,5%). A mesma situação acontece com os empreendedores estabelecidos, onde a Indonésia tem 21,2% e a percentagem do Brasil é de 15,4%. O Brasil é o país do BRIC que tem a

² Programa para desenvolver capacidades empreendedoras através de treinamento intensivo.

³ Curso destinado a alunos do ensino médio com foco em empreendedorismo.

⁴ Objetiva favorecer às micro e pequenas empresas por meio de benefícios fiscais, onde as empresas pagam apenas pelo Simples Nacional.

⁵ Objetiva estimular as empresas atuantes na informalidade a realizarem o Cadastro Nacional.

população mais empreendedora em estágio inicial (17,3%) e estágio estabelecido, os empreendedores que estão no mercado com mais de 3 anos e meio, (15,4%) (GEM, 2014).

Segundo o GEM (2014), os anos que mais tiveram atividade empreendedora no Brasil foram 2010 e 2013, com 32,3%. Apesar disso, em valor absoluto, em 2013, observa-se que existe mais atividade empreendedora pelo fato de ter maior número de brasileiros. Esta taxa também aumentou em porcentagem do ano de 2011 (26,9%) para o ano de 2013, conforme gráfico 1.

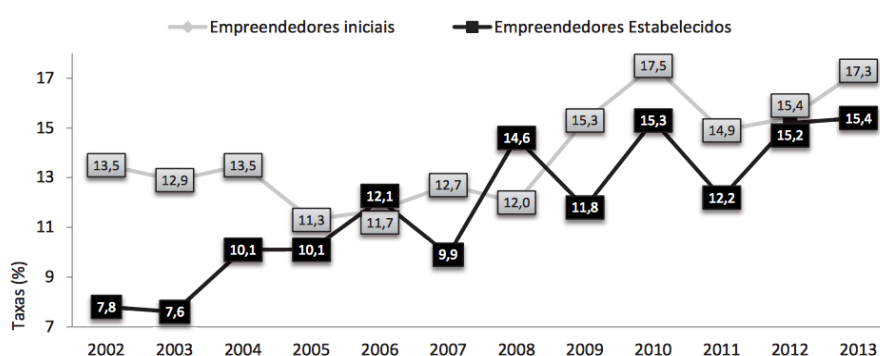


Gráfico 1: Evolução da atividade empreendedora no Brasil de 2002 até 2013.

Fonte: GEM, 2014.

Ainda sobre o empreendedorismo no Brasil, o SEBRAE (2014) demonstra que o crescimento de empreendedores entre os anos 2002 e 2012 foi de 15%. Esse valor representa 2,9 milhões de novos empreendedores entre todas as faixas etárias.

O brasileiro é uma das populações que mais querem e desejam empreender, mas o país não está entre aqueles que possuem condições adequadas para se abrir e gerir novas empresas (DORNELAS, 2014, p. 19).

2.2 O Empreendedor

2.2.1. Conceito

Devido ao passar dos anos e com um maior entendimento do empreendedorismo, surgiram vários conceitos sobre o empreendedor. Quanto à origem da palavra empreendedor, segundo Dornelas (2014), *entrepreneur* é aquele que toma para si os perigos de empreender.

A mais antiga definição, diz que, “o empreendedor destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas

de organização ou pela exploração de novos recursos” (SCHUMPTER apud DORNELAS, 2014, p. 28).

Já para Dolabela (1999), o dono do empreendimento influencia os *stakeholders* e os induz sobre o seu modo de ver, julgando que é o melhor para a empresa. Degen (2009) apresenta que o empreendedor é quem visa e faz de tudo para concretizar o seu negócio. Dornelas (2014) complementa o conceito de Degen citando que o empreendedor aceita os riscos calculados.

Durante muitos anos, se pensou que os empreendedores nasciam com o dom para abrir seus empreendimentos, ou seja, poucas pessoas poderiam ser empreendedoras. Apesar disso, os pesquisadores perceberam que os indivíduos são capazes de se tornar empreendedores, com isto se percebe que as pessoas não nascem com um dom, elas se tornam empreendedoras (DOLABELA, 2008). O empreendedor é um descontente que com este descontentamento realiza descobrimentos para benefício próprio e dos outros (DOLABELA, 2008). É importante destacar que o empreendedor não depende de nenhum apoio institucional.

Apesar de haver vários conceitos para o empreendedor é necessário se notar que todos têm algumas das seguintes características.

busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e redes de contatos, independência e autoconfiança (EMPRETEC, 2014).

2.2.2 Os jovens empreendedores brasileiros e do Distrito Federal

Baseado no PNAD (2012), a população brasileira é de aproximadamente 201.467.000 pessoas e dentre elas 55.017.000 são jovens entre 18 e 34 anos, representando 27,31% do total da sociedade do Brasil. No Distrito Federal, a população é de 2.801.000 pessoas, sendo 857.000 jovens, ou seja, 30,60% da população do Distrito Federal. Andrade (2013) apresenta dados sobre a realidade dos jovens brasileiros, entre 18 a 24 anos, 14,5% só estuda, 14,8% trabalha e estuda, 47,3% somente trabalha e 23,4% não trabalha e nem estuda. Entre os jovens de 25 a 29 anos, apenas 2,9% estudam, 8,4% trabalham e estudam, 67,5% somente trabalham e 21,3% não trabalham e nem estudam. Percebe-se que a taxa de desemprego é maior entre os jovens, sendo 13,7% na faixa dos 18 aos 24 anos e de 5,3% acima dos 25 anos (REDE BRASIL ATUAL, 2014).

Com esses dados observa-se o elevado número de jovens que estão desempregados e também os que não estudam e nem trabalham. Para muitos o empreendedorismo pode ser uma opção para diminuir essa taxa e incentivá-los a estudar e/ou trabalhar. No Brasil, programas como o Jovens Empreendedores e o Desafio Universitário Empreendedor⁶ buscam cumprir este papel.

Em contra partida, a juventude está revolucionando o mundo dos negócios, pois pensa além do óbvio e está atenta com as novas tecnologias, tem facilidade para relacionar-se com outras pessoas, possui criatividade, energia e garra para fazer acontecer (DORNELAS; VILAS BOAS; FERRAZ, 2009).

De acordo com o SEBRAE (2014), o Brasil, em 2012, possuía 6.263.107 de brasileiros empreendendo na faixa considerada jovem, isto é, até os 34 anos de idade. Enquanto que no Distrito Federal esse número era de 72.023 pessoas.

Conforme o GEM (2014), como se vê no gráfico 2, quanto às taxas de empreendedorismo inicial no Brasil, 16,2% correspondem a faixa etária de 18 a 24 anos e 21,9% à faixa de 25 a 34 anos. Na região Centro-Oeste, 17,6% possuem de 18 a 24 anos e 20,7% de 25 a 34 anos. Esta região perde em números apenas para a região Sudeste.

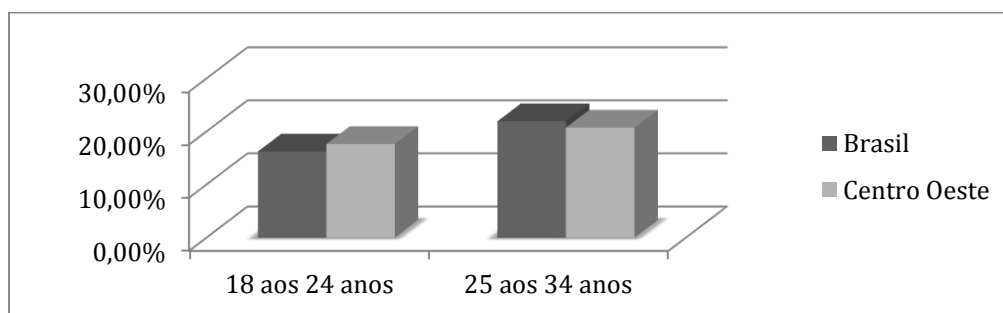


Gráfico 2: Taxa de empreendedorismo inicial

Fonte: GEM, 2014

No gráfico 3, referente a taxa de empreendimentos estabelecidos, os números do Brasil são de 4,5% para os que estão entre 18 e 24 anos e 11,8% para aqueles de 25 a 34 anos. Enquanto que na região Centro-Oeste, os maiores números entre todas as regiões brasileiras, 6,2% estão na idade dos 18 aos 24 anos e 16,6% dos 25 aos 34 anos (GEM, 2014).

⁶ Torneio realizado no Brasil que tem como objetivo educar alunos para desenvolver capacidades empreendedoras por meio de jogos virtuais.

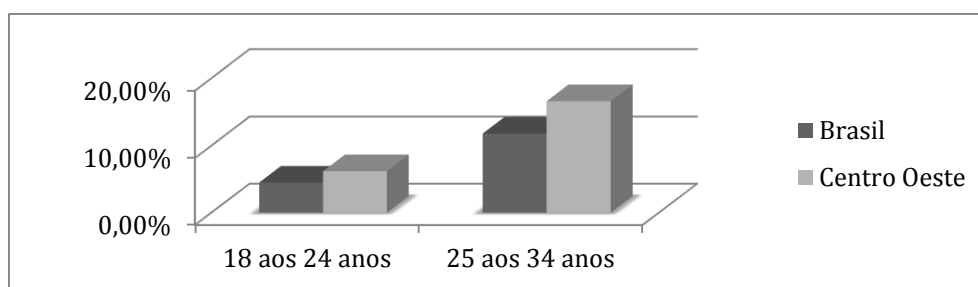


Gráfico 3: Taxa de empreendimento estabelecido

Fonte: GEM, 2014

De acordo com o GEM (2014), no que se refere ao empreendedorismo inicial a faixa etária mais expressiva no Brasil e na região Centro-Oeste está entre 25 e 34 anos e o mesmo acontece para o empreendedorismo estabelecido. Considerando a motivação, todas as faixas etárias representam uma grande porcentagem na motivação por oportunidade.

2.3 As motivações para o empreendedorismo

Diante do cenário brasileiro, faz-se necessário que as motivações pessoais para abrir uma empresa própria sejam entendidas com o intuito de fazê-las crescer e passar pelas dificuldades que o Brasil acarreta para qualquer pessoa que tenha um empreendimento.

Para o GEM (2014), as motivações que levam a uma pessoa a empreender podem ser classificadas como necessidade ou oportunidade. Os empreendedores por necessidade “são as pessoas que iniciam o empreendimento por não possuírem melhores opções de ocupação abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e para sua família” (GEM, 2014, p. 4). A taxa dos empreendedores iniciais motivados por necessidade é de 5,0%.

Ainda segundo o GEM (2014, p. 4), os empreendedores por oportunidade “são os que identificam uma chance de negócio e decidem empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda”. Em 2013, a taxa dos empreendedores iniciais que empreenderam por oportunidade foi de 12,3%.

Como se percebe na tabela 1, a região Sudeste (15,2%) é onde se empreende mais por oportunidade, seguida das regiões Norte e Centro-Oeste (10,9%). Enquanto que na região Norte se empreende mais por necessidade (6,4%) seguida pela região

Sudeste (4,9%). A razão oportunidade/necessidade é maior na região Sul com 3,6% (GEM, 2014).

Tabela 1: Motivação do empreendedorismo no Brasil e nas regiões brasileiras.

Motivação do empreendimento	Brasil		Regiões brasileiras									
			Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste		Sul	
	Medida											
Motivação	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Taxa de oportunidade (%)	10,7	12,3	10,1	10,9	10,3	9,3	13,9	10,9	10,4	15,2	11,2	10,6
Taxa de necessidade (%)	4,7	5,0	7,7	6,4	6,6	5,5	2,5	5,6	3,6	4,9	3,8	3,0
Razão oportunidade/necessidade	2,3	2,5	1,3	1,7	1,6	1,7	5,5	1,9	2,9	3,1	3,0	3,6

Fonte: GEM, 2014

O GEM (2014) demonstra que, no que se refere aos empreendedores iniciais, no Brasil, dos 18 aos 24 anos, as pessoas empreendem em sua maioria (76,3%) por oportunidade e 23,7% por necessidade. Entre os 25 e 34 anos, 74% empreendem por oportunidade e 26% por necessidade (gráfico 4).

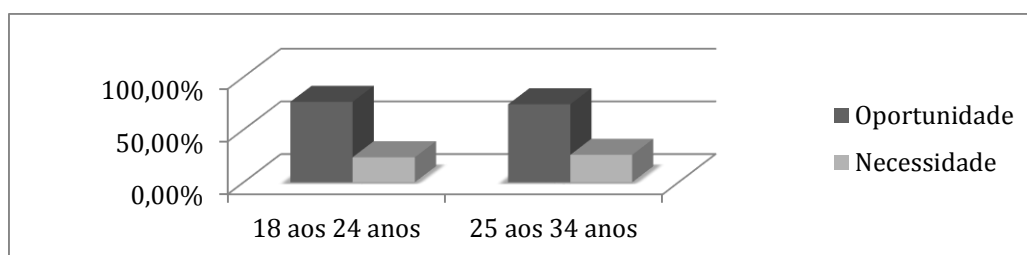


Gráfico 4: Relação entre a motivação e a faixa etária no Brasil

Fonte: GEM, 2014

Conforme apresentado no gráfico 5, ao se considerar o Centro-Oeste, 64,6% dos empreendedores de 18 aos 24 anos foram motivados por uma oportunidade e 35,4% por uma necessidade. Já na faixa etária de 25 a 34 anos, 69,2% foram motivados por uma oportunidade, e 30,8% por uma necessidade (GEM, 2014).

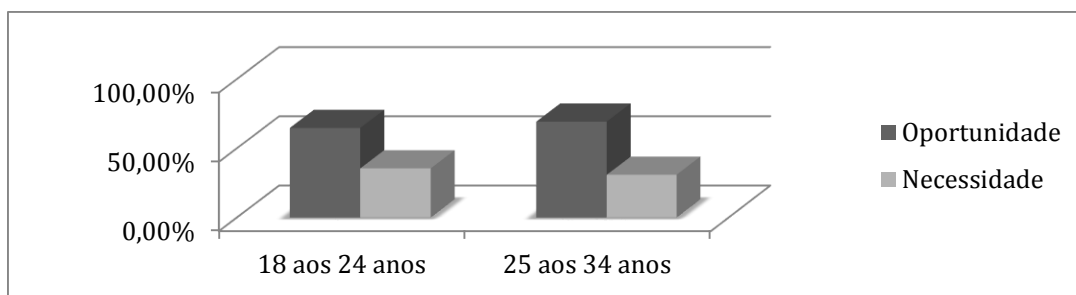


Gráfico 5: Relação entre a motivação e a faixa etária no Centro Oeste

Fonte: GEM, 2014

Apesar de existirem outras motivações, as mesmas estão associadas às que foram descritas anteriormente. Degen (2009) e Dornelas (2014) citam as seguintes razões que levam os empreendedores a empreenderem:

- Falta de emprego ou emprego informal;
- Não ter bens econômicos para comprar o mínimo necessário para a sobrevivência;
- Vontade de sair da rotina, pois em muitas empresas não existe uma cultura de incentivar seus colaboradores;
- Ter as suas próprias ideias e coloca-las em prática, devido ao conhecimento e experiências desenvolvidas com o enfrentamento de problemas e construção de um bom *networking*;
- Querer um futuro onde não se precise dar satisfação às pessoas;
- O desafio de se mostrar capaz para as pessoas. Encarar um desafio é algo muito importante para os empreendedores;
- Desejo de reconhecimento e benefício para ele e para a sociedade em que vive.

Além das motivações, os brasileiros, e principalmente os jovens que empreendem, passam por muitas dificuldades desde o surgimento da empresa. Devido a isso, é necessário conhecer essas dificuldades para saber lidar com elas de maneira efetiva.

2.4 As dificuldades

Segundo o SEBRAE (2013), o Brasil apresenta uma taxa de sobrevivência de empresas até 2 anos de 75,6%. Enquanto que, na região Centro-Oeste, esta taxa é um pouco menor (74%). Já no Distrito Federal encontra-se uma taxa maior que a

média nacional (80%).

Apesar das taxas de sobrevivência crescerem positivamente, ainda se vê que existem muitas dificuldades para abrir uma empresa e fazê-la perpetuar com o passar dos anos. As principais dificuldades, de acordo com Almeida et al (2013, c.1, p. 12 – 18), são: “a falta de conhecimento administrativo e de planejamento, as altas taxas de juros cobradas, a pouca inovação dos brasileiros e o excesso de burocracia”.

De acordo com a Universia (2006, p. 1), as principais dificuldades na hora de se abrir uma empresa estão relacionadas à “alta carga tributária, dificuldade no acesso dos recursos e mecanismos de financiamento, falta da mão-de-obra especializada e a inexistência e ineficazes políticas públicas”.

Conforme o SEBRAE (2004), as razões para fechar uma empresa no Brasil são falta de capital de giro (45,8%) e carga tributária elevada (41,7%), como demonstrado na tabela 2.

Tabela 2: Principais razões para fechamento de empresas

Principais razões	Extintas (%)
Falta de capital de giro	45,8
Carga tributária elevada	41,7
Concorrência muito forte	33,3
Problemas financeiros	33,3
Maus pagadores	20,8
Falta de clientes	12,5
Ponto/local inadequado	12,5
Desconhecimento do mercado	8,3
Recessão econômica no País	8,3
Descumprimento de contrato	4,2
Falta de crédito bancário	4,2
Problemas com a fiscalização	4,2
Motivos pessoais	4,1
Falta de conhecimento gerenciais	-
Falta de mão-de-obra qualificada	-
Instalações inadequadas	-

Fonte: SEBRAE, 2004

Já o GEM (2013) relaciona como fatores limitantes do empreendedorismo as políticas governamentais, o apoio financeiro e a educação e capacitação, como visto na tabela 3.

Tabela 3: Principais fatores limitantes do empreendedorismo

Fatores Limitantes	Brasil	Centro-Oeste
Políticas governamentais	77%	53,80%
Apoio financeiro	59,80%	53,80%
Educação e capacitação	39,10%	46,20%

Fonte: GEM, 2013

É perceptível que o maior fator limitante no país são as políticas governamentais (77%) e na região Centro-Oeste são as políticas e o apoio financeiro (53,80%). Apesar da educação e capacitação ser o fator limitante com a menor porcentagem no Brasil, na região Centro-Oeste esta porcentagem é de 46,20%.

Tabela 4: Tópicos limitantes na média da escala Likert

Tópicos limitantes		Brasil	Centro Oeste
Políticas governamentais	Burocracia e impostos	1,6	1,5
	Prioridades e suporte	2,3	2,4
	Apoio financeiro	2,4	2,5
Educação e Capacitação (empreendedora)	Ambiente financeiro relacionado ao empreendedorismo		
	Ensino fundamental e médio	1,6	2
	Ensino superior e técnico.	2,4	2,7

Fonte: GEM, 2013

De acordo com o GEM (2013), no Brasil os tópicos mais limitantes são a burocracia e os impostos no quesito políticas governamentais e o ensino fundamental e o médio no quesito educação. Os dois itens com média 1,6, enquanto que no Centro-Oeste é a burocracia e os impostos com 1,5 de média (tabela 4).

Sendo assim, percebe-se que, apesar do Brasil ser um país cada vez mais empreendedor, ainda possui muitas barreiras para que essa realidade melhore.

2.5 Teoria de Maslow

A teoria de Abraham Maslow, ou a teoria das necessidades discorre sobre as necessidades internas e sua influência na motivação (SOBRAL; PECI, 2008). Para Maslow o ser humano possui várias necessidades e elas podem ser classificadas nos seguintes níveis, como pode ser percebido na figura 1.



Figura 1: Os níveis das necessidades de Maslow

Fonte: Sobral; Peci (2008).

Segundo Maslow, uma necessidade só é considerada uma motivação quando as necessidades inferiores estiverem satisfeitas isto é, os níveis estão estruturados de acordo com sua urgência ou propriedade (SOBRAL; PECI, 2008, p. 209). Robbins (2002, p. 153) cita que, “as necessidades de nível baixo (fisiológicas e segurança) são satisfeitas externamente e as de nível alto (sociais, de estima e auto-realização) são internamente”.

As necessidades fisiológicas nascem com os empreendedores e são representadas pela fome, sono, calor ou frio entre outras, enquanto isso as necessidades de segurança têm como objetivo escapular dos riscos pessoais e organizacionais, como o emprego, por exemplo (Silva, 2013).

Silva (2013) cita que as necessidades sociais estão associadas às interações interpessoais, entre elas a família e o namorado ou cônjuge. No entanto, as de estima se referem a como as pessoas se enxergam, ou seja, a sua popularidade e sua

autoestima. Por último, o autor descreve que a auto-realização está voltada ao seu próprio desenvolvimento, isto é, está relacionada a melhorar as suas capacidades.

Por último, é importante ressaltar que, de acordo com a Teoria de Maslow, as pessoas só atingiriam os níveis mais altos na escala quando os mais baixos já estivessem sido satisfeitos, isto é, alguém só poderia chegar no nível social se os de segurança e fisiológicos estivessem devidamente satisfeitos (SOBRAL; PECI, 2008).

Com essas informações, nota-se que o indivíduo estará totalmente satisfeito quando chegar ao último nível, o da auto-realização, e, então, procurará continuar se desenvolvendo.

Para Silva (2013, p. 27), a teoria das necessidades de Maslow se encontra desacreditada, pois se apresenta muitas ressalvas:

- É quase uma teoria não provável, devido as dificuldades de interpretação e operacionalização de seus conceitos.
- A amostra da teoria é considerada pequena.
- A classificação das necessidades é artificial e arbitrário.
- As pessoas diferem na intensidade de suas várias necessidades.

3 MÉTODO

Este estudo apresenta como método a pesquisa exploratória, dado que o seu objetivo é trazer um maior conhecimento sobre o problema proposto, ou seja, o desenvolvimento de ideias (GIL, 2002). Para Gil (2002, p. 41), esta análise pode ser feita por meio de “levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas acerca do tema pesquisado e observação de exemplos”.

Segundo Gerhardt e Silveira (2009), a abordagem é classificada como qualitativa, pois não trabalha com representatividade numérica, e sim, com um maior entendimento sobre o grupo social. A título desta pesquisa considerou-se os empreendedores com faixa etária entre 18 e 34 anos. Minayo (2001) apresenta que o propósito da pesquisa qualitativa é lidar com um universo como: princípios, motivos e comportamentos.

A coleta de dados ocorreu por meio de grupo focal, utilizado para coletar informações por meio de entrevistas em grupo que foram administradas por um mediador e teve a finalidade de discutir o tema em questão (VERGARA, 2006). De

acordo com Malhotra (2001), é importante que os participantes tenham uma experiência com o objeto em debate e que o grupo seja homogêneo.

Para viabilizar o grupo focal foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado. Esta entrevista se conduziu por um roteiro composto por 10 questões estabelecidas antecipadamente de acordo com os objetivos propostos (GIL, 1999). A entrevista em grupo teve o áudio gravado após ser devidamente autorizado pelos jovens empreendedores participantes. Os sujeitos de pesquisa são jovens com empresas incubadas no Distrito Federal. E suas entrevistas foram agendadas conforme o dia e horário conveniente para os empresários. Cada grupo focal demorou meia hora.

Como exposto pelo Ministério de Ciência e Tecnologia (2000), “as incubadoras de empresas impulsionam o desenvolvimento de novos negócios e normalmente esses empreendimentos são de base tecnológica. A organização incubada adquire conhecimentos gerencias e ajuda na sua entrada no mercado”. Motivo este que justifica a escolha dos sujeitos desta pesquisa.

Na incubadora de empresas 1 o grupo focal ocorreu mediante a participação dos empreendedores das empresas aqui denominadas: A, B, C e D. A empresa A trabalha com representação gráfica para o mercado imobiliário, a empresa B faz sites voltados para eventos, congressos, casas de *show* e *shopping* e a empresa C tem como objetivo o controle tecnológico para geotecnia e projetos de obras lineares, já a empresa D desenvolve aplicativos.

Na incubadora de empresas 2 as entrevistas ocorreram mediante a participação dos empreendedores das empresas: E e F. O empreendimento E possui duas vertentes, importação de kits diagnósticos para detectar transgênicos e o desenvolvimento de processos para biofarma. E, por último, a empresa F é voltada para o comércio internacional que busca exportar produtos genuinamente brasileiros e oriundos de empreendimentos sociais.

O procedimento de análise dos dados foi a análise de conteúdo, pois “permite a descrição sistemática, objetiva do conteúdo da comunicação” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 206) e para se ter as informações necessárias (RICHARDSON, 1999). A interpretação dos resultados ocorrerá de acordo com o referencial teórico apresentado (ROESCH, 2013).

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O grupo focal foi realizado com os empreendedores de empresas incubadas. Os empresários das seis empresas pesquisadas (A, B, C, D, E e F) possuem a faixa etária entre 18 e 34 anos. O grupo focal na incubadora 1 aconteceu com quatro de suas empresas, o local possuía ar condicionado e todos se sentiam a vontade, já na incubadora 2 devido aos horários dos empresários teve que ser realizado entrevistas em horários diferentes e o local não possuía ar condicionado, mas mesmo assim os empreendedores se sentiram a vontade.

Para a interpretação dos resultados dos empresários foram relacionadas as motivações de acordo com o GEM (2014), Dornelas (2014) e com Degen (2009), conforme o quadro abaixo:

Categorias	Quantidade	Trechos
Necessidade	2	“Necessidade pessoal de fazer”
		“A partir de uma necessidade pessoal”
Oportunidade	7	“Eu nunca tinha pensado em empreender na minha vida e de cinco anos para cá que essa oportunidade surgiu na minha vida”;
		“Quando encontrei meu sócio ele queria sair da empresa que ele estava e eu estava em dúvida, mas eu já tinha ideia de ter uma empresa, os dois saíram dos empregos antigos e montamos a empresa”

		<p>“Nós já fazíamos sites para conseguir uns trocados e percebemos que realmente conseguíamos ganhar bem pensamos em viver disso e não só de trocados”</p>
		<p>“O meu foi oportunidade”</p>
		<p>“Foi oportunidade mesmo”</p>
		<p>“Vimos a dificuldade de qualquer empresário (produtor) tem para exportar o seu produto e vimos como é burocrático, percebendo esse nicho resolvemos abrir a empresa”</p>

		<p>“O mercado de exportação de empreendimentos sociais de produtos genuinamente brasileiros não é formentada, ou seja, não temos concorrente”.</p>
Falta de emprego ou emprego informal	2	<p>“Estamos formando e não temos nada para fazer”</p>
		<p>“Era uma imposição do mercado para nós ter alguma coisa para fazer depois de formados”</p>
Vontade de sair da rotina	3	<p>“Eu fazia estágio em órgão público, lá o sistema era muito fechado e eu queria implementar coisas novas”</p>
		<p>“O lado empreendedorismo eu vi como ele é muito mais empolgante e mais rápido e tudo acontece de forma dinâmica, isso me empolgou”</p>

		“No meu emprego antigo não via o valor no que eu fazia e não tinha autonomia para poder definir os horários e o ritmo do trabalho”
Ter as suas próprias ideias e coloca-las em prática	1	“Satisfação profissional”
Querer um futuro onde não precise dar satisfação à ninguém	1	“Eu não me vejo mais no mercado como funcionário, só se fosse em um cargo de chefia onde eu pudesse fazer mudanças, criar e desenvolver”
O desafio de se mostrar capaz para as pessoas.	4	“Ver a empresa dando certo”
		“O que acontece quando criamos a empresa, não é só ela que evolui, mas nós também evoluímos, ver que eu comecei de um jeito e estrou trilhando tal caminho”
		“Mudar meu caminho”

		“Ver a construção da empresa é uma coisa muito pessoal”
Desejo de reconhecimento e benefício para ele e para a sociedade em que vive.	16	“Dinheiro”
		“Dinheiro”
		“Deixar uma marca estilo Bel Pesce”
		“Dinheiro”
		“Dinheiro”
		“Ganhar dinheiro”
		“A questão do lucro”
		“Querer impactar e transformar a sociedade”
		“Dinheiro, pois eu dependo disso”
		“Dinheiro”
		“Contribuição para deixar a minha marca “
		“Dinheiro”
		“Dinheiro”
		“Transformar a sociedade”
		“Reconhecimento”
		“Dinheiro, porque eu acho que todo o empresário tem essa veia”

Quadro 1: As motivações
Fonte: Elaborado pela autora

Foi percebido que apenas a motivação de não ter bens econômicos colocada por Dornelas (2014) e Degen (2009) não foi citada. A primeira motivação é a necessidade, identificada em dois momentos pela “necessidade pessoal”, isto é, os empreendedores abriram a sua empresa por não terem outras opção (GEM, 2013). A segunda é a oportunidade, identificada sete vezes, quando os entrevistados dizem que empreenderam pelo surgimento da oportunidade, pela identificação de um nicho e no momento que resolveram viver de algo que era apenas para ganhar algum dinheiro antes, ou seja, eles resolveram abrir seu próprio negócio porque apesar de já terem emprego, eles perceberam uma boa opção para empreender (GEM, 2013).

A terceira é falta de emprego ou emprego informal e foi observado duas vezes, quando os empresários afirmam que perceberam que estavam se formando e não possuíam nenhum trabalho e que isso é considerado uma obrigação do mercado. A quarta é vontade de sair da rotina, pois em muitas empresas não existe uma cultura de incentivar seus colaboradores (DEGEN, 2009) e ela foi identificada em três momentos, no qual os empreendedores citam que faziam estágio em empresas públicas e privadas e que eles perceberam a necessidade de implementar coisas novas, de como a organização não via seu valor próprio e pela forma como o empreendedorismo acontece de forma ágil e empolgante.

De acordo com Dornelas (2014), a quinta é ter as suas próprias ideias e colocá-las em prática, devido ao conhecimento e experiências desenvolvidas com o enfrentamento de problemas e construção de um bom *networking*, observado em um momento, quando apenas um empreendedor afirmou ser motivado pela “satisfação profissional”. A sexta é querer um futuro onde não precise dar satisfação a ninguém (DEGEN, 2009) foi percebida uma vez, quando um empresário afirmou que não se vê mais como colaborador e sim como chefe. A sétima é citada por Degen (2009), é o desafio de se mostrar capaz para as pessoas, identificada em quatro momentos pela percepção da evolução da empresa e pessoal.

A última é o desejo de reconhecimento e benefício para ele e para a sociedade em que vive sendo esta identificada dezesseis vezes, quando os participantes dizem sobre o dinheiro, a vontade de deixar uma marca e a questão de querer transformar a sociedade. Essa motivação é percebida quando Dolabela (2008) e Degen (2009) cita que o empreendedor realiza descobertas para beneficiar a si próprio e a sociedade como um todo.

Quanto às dificuldades, foram analisadas com base no SEBRAE (2004), Universia (2006), GEM (2013) e Almeida et al (2013), de acordo com o quadro a seguir:

Categorias	Quantidade	Trechos
Falta de conhecimento administrativo e de planejamento	2	“Parte jurídica para abrir uma empresa”
		“Eu não sabia que era obrigado a ter um contador para abrir uma empresa”
Excesso de burocracia	3	“Burocracia”
		“A questão burocrática”
		“A burocracia para instalar a empresa é fora de série”
Apoio financeiro	1	“É muito difícil achar numa empresa de serviço como a nossa, achar investimento para a empresa antes dela completar um ano”
Falta mão-de-obra especializada	3	“Conhecimento técnico”;
		“Mão-de-obra”
		“Achar pessoas que tivessem a mesma empolgação, força de vontade e conhecimento que eu”

Problemas financeiros	2	“Lado financeiro, pois é difícil você conseguir um retorno cedo”
		“Dinheiro”
Falta de clientes	1	“Arrumar clientes”
Desconhecimento do mercado	3	“Falta de credibilidade e de nome no mercado”
		“Mercado
		“Mercado também”
Motivos pessoais	6	“Pressão familiar”;
		“Delimitação do portfólio da empresa”
		“Erro nosso e desorganização”
		“Desgaste pessoal”
		“Já pensei em mudar de sócio”
		“Falta de organização”
Prioridades e suporte	2	“É difícil conseguir uma pessoa para te guiar para saber o que realmente precisa”
		“Falta de informação do que você precisa para abrir a empresa”
Educação e Capacitação (empreendedora)	3	“Você não tem empreendedorismo no ensino fundamental

		"Fiz uma matéria sobre empreendedorismo na universidade, mas era muito superficial"
		Eu não tinha nenhum conhecimento sobre o empreendedorismo"

Quadro 2: As dificuldades**Fonte:** Elaborado pela autora

As dificuldades que não foram identificadas são: altas taxas de juros cobrados, a pouca inovação dos brasileiros, alta carga tributária, inexistência e ineficazes políticas públicas, falta de capital de giro, concorrência muito forte, maus pagadores, ponto/local inadequado, recessão econômica no país, descumprimento de contrato, falta de crédito bancário, problemas com fiscalização e instalações inadequadas. Algumas dificuldades como: alta taxas de juros e carga tributária, inexistência e ineficazes políticas públicas, falta de crédito bancário e capital de giro, concorrência muito forte, maus pagadores, ponto/local inadequado, recessão econômica no país, descumprimento de contrato, problemas com fiscalização e instalações inadequadas não foram percebidas, pois antes desses empresários entrarem na incubadora eles devem fazer todo um planejamento do seu negócio e inicialmente a empresa incubada se localiza na própria incubadora. Em relação a pouca inovação dos brasileiros se deve ao fato das empresas incubadoras serem necessariamente inovadoras.

A dificuldade mais observada é motivos pessoais citada em seis vezes, nos momentos em que os empreendedores afirmaram: "pressão familiar", "falta de organização", "erro nosso e desorganização", "delimitação do portfólio" e no fato de já ter pensado em "mudar de sócio".

A segunda dificuldade é falta de conhecimento administrativo e de planejamento e foi mencionada em dois momentos quando falaram sobre a parte jurídica e do fato de não saber que era necessário ter um contador. A terceira é o excesso de burocracia, observada em três momentos, quando os empreendedores afirmam que "a burocracia é fora de série".

A quarta é em relação ao apoio financeiro, identificada apenas uma vez quando um empresário cita que é difícil achar investimento para a sua empresa antes da

mesma fazer um ano. O apoio financeiro está ligado ao ambiente financeiro do empreendedorismo (GEM, 2013) e como é difícil conseguir investimentos (UNIVERSIA, 2006)

A quinta é a falta de mão-de-obra especializada e ela aparece em três instantes, na hora que eles dizem que a mão-de-obra não possui o conhecimento que eles precisam. A sexta são os problemas financeiros ligados a empresa (SEBRAE, 2004) que é percebida duas vezes, na ocasião que eles falam sobre o dinheiro e a questão do retorno financeiro de como é difícil você ter o retorno do seu investimento.

A sétima é a falta de clientes, ela foi identificada uma vez, quando um dos donos das empresas diz que está sendo difícil arrumar clientes, enquanto que a oitava é o desconhecimento do mercado que aparece três vezes e pode ser demonstrada quando eles citam sobre a “falta de credibilidade e de nome no mercado”.

A nona é prioridade e suporte por parte do governo ao empreendedorismo (GEM, 2013) citada em dois momentos, aonde os empreendedores falam da dificuldade de conseguir informações.

A última é educação e capacitação empreendedora que é observada três vezes, quando dizem que não se tem o ensino sobre o empreendedorismo na escola fundamental e superior, esse resultado vai de encontro com a teoria já que na pesquisa do GEM , 46,20% do Centro-Oeste concorda que a falta dessa educação é um fator limitante e posteriormente o GEM ainda cita que nesse tópico se envolve o ensino fundamental e superior (GEM, 2013).

As motivações de Maslow, foram avaliadas e apoiadas na teoria das necessidades da hierarquia, ou seja, fundamentada por Silva (2013), como é demonstrado no quadro subsequente.

Categorias	Quantidade	Trechos
Auto-realização	4	“Auto-realização”
		”Não quero me dar por vencido, por uma questão de realização, eu quero conseguir de qualquer jeito”

		“Construir algo para saber que foi meu”
		“Auto-realização”
Segurança	2	“Pela necessidade de ter trabalho”; “Dinheiro”
		“Dinheiro”

Quadro 3: A teoria de Maslow

Fonte: Elaborado pela autora

As motivações de Maslow que não foram apresentadas são: estima, sociais e fisiológicas.

Para Silva (2013), a auto-realização está voltada ao seu próprio desenvolvimento. Na coleta de dados, essa motivação foi identificada em quatro momentos, principalmente quando os empreendedores citam que empreendem por querer fazer algo próprio.

A segunda motivação de Maslow foi a segurança, que apareceu duas vezes e quando os donos dos empreendimentos falam sobre a questão do trabalho e dinheiro e ela converge com a teoria, pois a segurança têm como exemplo, o emprego e dos riscos pessoais (SILVA, 2013).

5 CONCLUSÃO

O artigo teve como objetivo geral identificar as motivações e as dificuldades do jovem empreendedor do Distrito Federal e como estão relacionadas à teoria das necessidades de Maslow e ele foi alcançado ao final da pesquisa, pois os seus objetivos específicos foram atingidos, isto é, as motivações foram identificadas, as dificuldades também e ainda as relacionou com a teoria de Maslow. Infere-se que o Brasil deve buscar diminuir essas dificuldades e aumentar essas motivações para que assim o país tenha cada vez mais jovens empreendendo fazendo com que a economia da nação se movimente e que essas pessoas sejam realmente capazes de mudar a ordem econômica e a sociedade. Sugere-se que o Distrito Federal e o Governo Federal para ajudar a diminuir as dificuldades e aumentar as motivações é necessário que se diminua a burocracia, implementar a educação e capacitação empreendedora

desde o ensino básico e superior, diminua os impostos e apoiar financeiramente os empreendedores.

Ainda que, tenha acontecido limitações durante a pesquisa tudo que foi proposto, foi atingido, inclusive o problema de pesquisa, já que a questão: quais são as motivações e as dificuldades do jovem empreendedor do Distrito Federal e como estão relacionadas à teoria das necessidades de Maslow foi respondida. As motivações são: oportunidade, necessidade, falta de emprego, vontade de sair da rotina, ter as suas próprias ideias e colocá-las em prática, querer um futuro onde não precise dar satisfação à ninguém, o desafio de se mostrar capaz para as pessoas e o desejo de reconhecimento e benefício para ele e para a sociedade em que vive, enquanto que as dificuldades encontradas foram: falta de conhecimento, excesso de burocracia, apoio e problema financeiro, falta de mão-de-obra e de clientes, desconhecimento do mercado, motivos pessoais e prioridades e suporte, enquanto as necessidades de Maslow apresentadas mostram segurança e auto-realização

Por último, com todos os resultados apresentados, chegou-se a conclusão que a autora se tornará empreendedora, buscando sempre tomar cuidado com as dificuldades aqui apresentadas e se mantendo sempre motivada para que consiga realizar o que deseja. É importante frisar que dessa forma é mais fácil não desistir mesmo que exista alguma complicação no trajeto, pois a mesma assim como alguns dos entrevistados acha que empreender é importante para transformar a sociedade e porque deseja deixar a sua marca no mundo.

A limitação ocorreu na aplicação do primeiro grupo focal, pois devido aos horários dos empreendedores ao contrário de realizar o grupo focal em conjunto, foi necessário que ocorressem duas entrevistas.

Para a agenda futura recomenda-se estudos para obter novas informações sobre a relação da teoria das necessidades de Maslow com o empreendedorismo e realizar a pesquisa sobre as motivações e dificuldades com empreendedores acima dos 35 anos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A; ANDRÉ, A.; ANDREASSI, T.; SOUZA, C. P. **Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

ANDRADE, H. **IBGE**: um quinto dos jovens no Brasil é “nem-nem”, que não estuda nem trabalha. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/11/29/um-em-cada-cinco-jovens-de-15-a-29-anos-nao-estuda-nem-trabalha-diz-ibge.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2014.

ANDREASSI, T.; TASIC, I. A. B. Novo empreendedorismo. **Gestão**, v. 8, n. 2, ago/dez 2009.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

_____. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

DORNELAS, J; VILAS BOAS, E.; FERRAZ, C. **Empreenda antes dos 30**. São Paulo: Saraiva, 2009.

DORNELAS, J. C. de A. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

EMPRETEC. **Características dos empreendedores**. Disponível: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursos_eventos/Empretec:-fortaleça-suas-habilidades-como-empresendedor>. Acesso em: 12 nov. 2014.

GEM. **Empreendedorismo na região Centro-Oeste 2013**. Disponível em: <http://ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2013_-_Empreendedorismo_na_Regiao_Centro-Oeste.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2014.

_____. **Relatório executivo do empreendedorismo no Brasil 2013**. Disponível em: <http://ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2013_-_Relatorio_executivo_Empreendedorismo_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2014.

_____. **Relatório executivo do empreendedorismo no Brasil 2012**. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202012.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2015.

GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. **Métodos de Pesquisa**. Rio Grande do Sul: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HISRIC, R. D; PETER, M. P; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Manual para a implantação de incubadoras de empresas**. Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico: Brasília, 2000. Disponível em: <
http://www.incubaero.com.br/download/manual_incubadoras.pdf> Acesso em: 21 mar. 2015.

PNAD. **Síntese de indicadores 2012**: tabelas completas em pdf. Disponível em: <
http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/sintese_defaultpdf.shtm>. Acesso em: 10 dez. 2014.

REDE BRASIL ATUAL. Pnad: Brasil tem 96 milhões de ocupados e 6,7 milhões de desempregados. **Economia**, 2013. Disponível em: <
<http://www.redebrasilatual.com.br/economia/2014/09/pnad-brasil-tem-96-milhoes-de-ocupados-e-6-7-milhoes-de-desempregados-9118.html>>. Acesso em: 10 dez. 2014.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**, métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

SEBRAE. **Os donos de negócio no Brasil**: análise por faixa etária (2002 – 2012). Disponível em: <
http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Os%20donos%20do%20negocio%20no%20Brasil_faixa%20etaria.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2015

_____. **Coleção estudos e pesquisas: sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: <http://gestaoportal.sebrae.com.br/uf/rio-de-janeiro/sebrae-no-rio-de-janeiro/estudos-e-pesquisas-1/conjuntura-economica/Sebrae_CE_jul13_Sobrevivencia_MPE_%20Brasil.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2014.

_____. **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil**. Disponível em: <
http://www.wdigital.com.br/mba/estrategia/relatorio_pesquisa_mortalidade_minas.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2015.

SILVA, R. O. **Teorias da administração**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. Disponível em: <
<http://uniceub.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788581431857/pages/-8>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

SOBRAL, F.; PECI, A. **Administração**: teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

UNIVERSIA. **Universitários apontam dificuldades dos empreendedores**. Disponível em: <
<http://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2006/09/26/434443/universitarios-apontam-dificuldades-dos-empreendedores.html>>. Acesso em: 11 dez. 2014.